

# DigitalMarketingLab

Pensieri, riflessioni e contenuti dai miei corsi sul marketing digitale

## My IAB Forum Days

15 ottobre 2011 · in [Digital Marketing](#)

Nonostante il raffreddore insistente e la frenesia di questi ultimi giorni, sono riuscito a fare 4 salti allo IAB Forum di quest'anno; ho seguito la sessione plenaria di mercoledì mattina e la presentazione di Google Youtube il pomeriggio, mentre giovedì ho avuto modo di seguire solo l'intervento degli amici di Blogmeter su Facebook Analytics.

Per chi desidera leggere il mio flusso di pensiero (aka mio twitterstream) di giovedì può leggere [qui](#) i miei tweet; spendo invece 2 parole per commentare il case study presentato da Blogmeter orientato a identificare alcune best practice e criteri di valutazione e misurazione della presenza Facebook aziendale di 88 brand italiani (quelli finalisti dei Brands Awards 2011 2011 GDO Week & Markup). Obiettivo della ricerca era quindi capire come misurare l'engagement attraverso le azioni e interazioni dei fan all'interno di una pagina Facebook. Come metodologia applicata Blogmeter propone 3 indici di valutazione:

- **Action Index: fan Post/brand Post** ( Chi guida di più, chi contribuisce maggiormente ai contenuti della pagina, il brand o i Fan?)
- **Engagement Index: fan comments /brand post** (la capacità di suscitare interazioni dei fan da parte del brand)
- **Sentiment Index: fan likes on brand posts**

La ricerca è stata condotta su base comparativa, per categoria e settore (6 le categorie considerate: elettronica di consumo, bevande, casa, alimentari, petcare, piccoli elettrodomestici) ed ha considerato il periodo gennaio-settembre 2011. Nella ricerca inoltre si è differenziata tra Fan page di marca e di prodotto.

Da notare che il 57% delle marche/prodotti non ha ancora una Fan Page ufficiale in italiano; la categoria può presente su Facebook è l'elettronica di consumo (71%), seguita dal beverage (62%) e Alimentari (45%).

Alcuni risultati:

- [Nivea](#), [Samsung](#), [L'Oréal](#) sono le pagine Brand con più Fan, tra le pagine Prodotto [Estathe](#), [Cornetto Algida](#) e M&M

Samsung Italia, [Muller](#), [LG](#) tra le brand page con più commenti, lato prodotti Cornetto, [Philadelphia](#) e Estathe; tra le novità prodotti [sanicat](#) (petcare) e [Giovanni Rana](#)

- Nivea risulta tra le pagine messe meglio: è la pagina brand con più like, segue Muller e [Barilla](#), tra i prodotti entra [Piccolini](#) di Barilla

(trovate qui sotto la loro presentazione pubblicata su Slideshare):

[Ma quanto mi piaci? Pagine Facebook e brand engagement](#)

Complimenti ancora a Blogmeter per la brillante presentazione.